

Индивидуальному предпринимателю

<...>

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу № 4-Р-16-АП

об административном правонарушении

3 июня 2016 года

г. Абакан

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия – начальник отдела антимонопольного законодательства и рекламы «...», рассмотрев протокол и материалы дела № 4-Р-16-АП об административном правонарушении, возбужденного в отношении Индивидуального предпринимателя <...>:

паспорт <...> <...>

место, дата рождения: <...>

ИНН: <...>

место жительства: <...>

место работы, занимаемая должность: индивидуальный предприниматель, в присутствии (отсутствии) индивидуального предпринимателя <...>, сведения о надлежащем уведомлении о времени и месте рассмотрения дела отсутствуют,

УСТАНОВИЛ:

В ходе проведения Хакасским УФАС России мониторинга наружной рекламы на предмет соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе выявлено распространение ИП <...> рекламы табака, а также пива (над входом в магазин «Жигули», находящегося по адресу г. Абакан, ул. Некрасова, 21) следующего содержания: «Пивной, «дешевле табака не найти», далее снизу слева плафон округлой формы в виде светового короба с логотипом пива марки Carlsberg by appointment to the royal Danish court, жили – были жигули» (далее – реклама).

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов: "самый", "дешевле", "лучший", "первый", "номер один", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. В рассматриваемом случае реклама «дешевле табака не найти» не имеет объективного подтверждения.

Данная реклама содержит признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, согласно которой реклама считается недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

Кроме того, над входом в магазин «Жигули» размещена реклама пива плафон округлой формы в виде светового короба с логотипом пива марки «Carlsberg» by appointment to the royal Danish court, который надежно прикреплен к крыше магазина металлической конструкцией.

«Carlsberg» – пивоваренная компания, выпускающая алкогольную продукцию (далее – пиво) под одноименной маркой, а также другие марки пива.

Указанная реклама имеет признаки нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

Согласно пункту 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Согласно [части 1 статьи 19](#) Закона о рекламе к числу технических средств стабильного территориального размещения относятся: щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, проекционного и иного предназначения для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушные шары, аэростаты и иные технические средства стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Согласно [статье 2](#) Федерального закона "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции" под алкогольной продукцией понимается пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, за исключением

пищевой продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством Российской Федерации.

Из письма ФАС России от 20 февраля 2015 г. «О рекламе алкогольной продукции» реклама пива и напитков, изготавливаемых на основе пива (независимо от количества этилового спирта в готовой продукции, но более 0,5 процента объема готовой продукции), не должна размещаться: с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Распространение рекламы алкогольной продукции, содержащей этиловый спирт более 0,5 процента объема готовой продукции, которая не входит в перечень исключений пищевой продукции, установленным Правительством Российской Федерации, «Carlsberg by appointment to the royal Danish court» на крыше входа в пивной магазин «Жигули», осуществлено запрещенным способом.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 несет рекламодатель.

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 несет рекламодатель. Рекламодателем и рекламодателем определен ИП <...>

Определением от 25.02.2016 г. возбуждено дело 2-Р-16 по признакам нарушения Закона о рекламе в отношении ИП <...>, рассмотрение дела назначено на 29.03.2016 г.

В назначенное время лицо, в отношении которого усмотрены признаки нарушения Закона о рекламе, участвующее в деле, на рассмотрение дела не явилось.

Комиссией было принято решение о необходимости отложения рассмотрения данного дела в связи с необходимостью получения антимонопольным органом дополнительных доказательств.

Определением об отложении и продлении срока рассмотрения дела № 2-Р-16 от 29.03.2016 г., рассмотрение назначено на 20.04.2016 г. В назначенное время ответчик, сведения о надлежащем уведомлении имеются, явился на рассмотрение дела.

На рассмотрении дела ИП <...> предоставила письменные пояснения, в которых указала, что предприниматель сама изготовила и разместила вышеуказанную рекламу над входом в магазин «Жигули», где осуществляла предпринимательскую деятельность по адресу: г. Абакан, ул. Некрасова, д. 21. О том, что реклама является ненадлежащей ИП <...> не знала. Договора на изготовление и акта выполненных работ не имеется. Соответственно, запрашиваемых в определении от 29.03.2016 г. документов не имеется, и предоставить их ИП <...> не имеет возможности.

Комиссия Хакасского УФАС России, рассмотрев материалы дела, пришла к следующим выводам.

ИП <...> является рекламодателем и рекламодателем

рассматриваемой ненадлежащей рекламы, указанное обстоятельство подтверждается фотоснимком уголка потребителя магазина «Жигули», где указано, что ИП <...> осуществляет предпринимательскую деятельность в данном магазине; также в письменных пояснениях ИП <...> указывает, что не знала о том, что размещенная вышеуказанная реклама, является ненадлежащей. Кроме того, на заседании комиссии ИП <...> согласилась с тем, что распространяемая ей реклама является ненадлежащей, и сообщила, что ею уже принято решение о демонтаже указанной рекламы, а также аналогичной рекламы в другом своем магазине, находящемся в г. Абазе.

Вышеуказанная реклама, размещенная по адресу г. Абакан, ул. Некрасова, д. 21, магазин «Жигули», является ненадлежащей и нарушающей пункт 5 части 2 статьи 21, пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, так как вышеуказанная реклама алкогольной продукции, размещается с использованием технического средства стабильного территориального размещения (рекламной конструкции), монтируемой и располагаемой на внешней стене здания; а также реклама утверждение «дешевле табака не найти» содержит сведения о преимуществах табака перед находящимися в обороте аналогичными товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами не соответствует действительности, так как в деле не представлены доказательства данного утверждения.

Таким образом, Комиссия Хакасского УФАС России проанализировав материалы дела, изучив представленные пояснения, пришла к выводу о признании ИП <...> нарушившей пункт 1 части 3 статьи 5, пункт 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

Указанное нарушение рекламного законодательства образует состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ – нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [частями 2 - 6](#) настоящей статьи, [частью 4 статьи 14.3.1](#), [статьями 14.37, 14.38, 19.31](#) настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

В соответствии с частью 1 статьи 28.3 КоАП РФ протоколы об административных правонарушениях составляются должностными лицами органов, уполномоченных рассматривать дела об административных правонарушениях в пределах компетенции соответствующего органа.

Согласно статьи 23.48 КоАП РФ территориальные антимонопольные органы уполномочены рассматривать дела об административных правонарушениях, предусмотренных статьей 14.3 КоАП РФ, устанавливающей ответственность должностных лиц за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе.

Поводом к возбуждению дела об административном правонарушении послужило непосредственное обнаружение должностным лицом данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

В соответствии со статьей 2.4. КоАП РФ административной ответственности

подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

В силу примечания к статье 2.4 КоАП РФ лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица, если настоящим Кодексом не установлено иное.

ИП <...> зарегистрирована 12.03.2002 г. в МИФНС России № 4 по Республике Хакасия в качестве индивидуального предпринимателя.

В связи с чем, 22.04.2016 года заказным письмом по месту жительства индивидуального предпринимателя <...> было направлено уведомление о составлении протокола. Указанное уведомление было получено ИП <...> 07.05.2016 года.

20.05.2016 года в отсутствие ИП <...> был составлен протокол об административном правонарушении. Определением о назначении времени и места рассмотрения дела № 4-Р-16-АП об административном правонарушении дело назначено к рассмотрению на 03.06.2016 года в 09 часов 00 минут.

Факт совершения административного правонарушения ИП <...> подтверждается протоколом по делу № 4-Р-16-АП об административном правонарушении от 20.05.2016 года, а также другими материалами дела.

Срок давности привлечения ИП <...> к административной ответственности, установленный частью 1 статьи 4.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях за нарушение законодательства о рекламе, на момент вынесения настоящего постановления не истек.

В соответствии с частью 2 статьи 4.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях при назначении административного наказания физическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, личность виновного, его имущественное положение, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, прихожу к выводу, что имеются обстоятельства, смягчающие административную ответственность: 1) добровольное прекращение противоправного деяния; 2) совершение административного правонарушения впервые.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, не установлено. Документов, подтверждающих имущественное и финансовое положение привлекаемого лица, не представлено. Учитывая изложенное, считаю, что наказание в виде административного штрафа в минимальном размере, предусмотренном санкцией ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, является справедливым и соразмерным.

Оснований для применения статьи 2.9 КоАП России не имеется.

Руководствуясь статьями 23.48, 29.9, а также статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать ИП <...> виновной в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях и назначить ей наказание в виде административного штрафа в размере 4 000 (четыре тысяч) рублей 00 копеек.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Согласно Приказу Федеральной антимонопольной службы от 06.04.2016 года № 418/16 «Об осуществлении Федеральной антимонопольной службой Российской Федерации и территориальными органами ФАС России бюджетных полномочий главного администратора (администратора) доходов федерального бюджета» денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе, налагаемых федеральными органами государственной власти оплачиваются в федеральный бюджет.

Реквизиты для уплаты административного штрафа:

ИНН 1901021801, КПП 190101001

УФК по Республике Хакасия (Хакасское УФАС России),

р/с 40101810200000010001, отделение – НБ Республика Хакасия,

БИК 049514001,

Код ОКТМО 95 701 000,

Код бюджетной классификации 16111626000016000140 – «Денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе».

ID плательщика 4190902260590

В поле назначения платежа после основания, указать «в соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях».

Копию документа, подтверждающего уплату административного штрафа, лицо, привлеченное к административной ответственности, направляет должностному лицу, вынесшему постановление, по факсу 8 (3902) 22-62-55.

Согласно части 1 статьи 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1, а также частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу, либо в суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статьи 31.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Постановление по делу об административном правонарушении выдано 03 июня 2016 года, вступает в законную силу с 13 июня 2016 года в соответствии с требованиями пунктов 1, 2 статьи 31.1 КоАП РФ.

Заместитель руководителя –

начальник отдела антимонопольного

законодательства и рекламы

«...»